



DIVINO 2.0 – DEIDADES RECONFIGURADAS EM REDE

DIVINO 2.0 – NETWORKED RECONFIGURED DEITIES

RESUMO

A partir do livro “Deuses Americanos” de Neil Gaiman (2016), pretende-se observar em que medida a Internet e as mídias sociais podem ter se tornado a reconfiguração de deidades do passado, relacionando signos que caracterizam essas deidades com os “Deuses Americanos” em práticas virtuais contemporâneas. Destaca-se a necessidade de repensarmos como as redes operam e como se assemelham com as deidades adormecidas no inconsciente. O projeto inicia-se com uma abordagem teórica e alguns destaques de uma revisão de estudos relacionados ao tema das deidades, mídias sociais, internet e o efeito no comportamento das pessoas, com base nos últimos 10 anos como limitador temporal. Aqui, são apresentadas possíveis formas de reclassificação das deidades a partir dos conceitos de analogia, igualdade, semelhança e analogia, segundo C.S. Peirce, relacionando deuses e mídias sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Deidades. Internet. Redes sociais. Semiótica. Deuses Americanos.

ABSTRACT

Based on the book “American Gods”, by Neil Gaiman (2016), we intend to observe the extent to which the Internet and social media may have become the reconfiguration of deities of the past, relating signs that characterize these deities with the “American Gods” in contemporary virtual practices. The need to rethink how networks operate and how they resemble deities in the unconscious is highlighted. The text begins with a theoretical approach and some highlights of a studies review related to this topic, social media, the internet and the behavior of people in recent years. This study presents possible ways of reclassifying the deities based on the concepts of resemblance, similarity and analogy, using the Semiotic Theory of Charles Sanders Peirce when relating the gods with social media.

KEYWORDS

Deities. Internet. Social Networks. Semiotics. American Gods.



Introdução

Este artigo visa compreender, a partir do livro “Deuses Americanos”, de Neil Gaiman (2016), em que medida a Internet e as mídias sociais podem se tornar uma reconfiguração das deidades do passado e de nossos inconscientes. Assim, baseados na semiótica de Charles S. Peirce (2000), buscamos as similaridades entre as deidades e as mídias sociais.

Deuses novos estão ganhando força nos Estados Unidos, agarrando-se a focos crescentes de fé: Deuses do cartão de crédito e da rodovia, da internet e do telefone, do rádio, do hospital e da televisão, deuses do plástico e do bipe e do neon. Deuses orgulhosos, criaturas gordas e estúpidas, envaidecidas com a própria novidade e importância (GAIMAN, 2016, p.140).

Quando Gaiman (2016), autor de “Deuses Americanos”, escreveu o trecho acima, apontou para a permanência do “Paradigma das Deidades” nos tempos atuais para o (re)ssurgimento das velhas disputas, reeditadas em uma nova roupagem cultural. O autor anuncia um possível levante dos deuses em meio à percepção da necessidade de impedir que o novo mundo e sem virtudes, se sobreponha ao velho mundo, supostamente íntegro e justo.

O autor de “Deuses Americanos” (2016), evidencia a permanência de disputas por poder acompanhando a história da humanidade, no qual a ira de uns recai sobre outros. Além disso, o autor reflete sobre o fato de que, a contemporaneidade não conseguiu superar a crença na existência de um mundo paralelo, lugar dos justos, pelo qual os meros mortais devem nutrir sentimentos de pertencimento e fazer sacrifícios.

A atualidade, nos últimos anos, inovou a ideia de mundo paralelo quando institui o ciberespaço, onde Yggdrasil (a árvore da mitologia nórdica, que garante a unidade no mundo) já não se apresenta com troncos fortes, de estrutura definida, tais como raiz, tronco e copa, mas sim, como um emaranhado de redes tênues e rizomáticas. Nesse sentido, a ideia desenvolvida por Santaella (2004), em que, na atual sociedade, as

peessoas assumam múltiplas identidades, afeta também os deuses e as religiões. Até os deuses que brotam de Yggdrasil, o novo divino, se apresenta e provoca sensações inéditas, atraindo para um novo pertencimento identitário.

Nas pesquisas de Peirce, Deleuze e Guattari, assumimos a percepção de que os “Deuses Americanos”, enquanto manuscrito insurgente, não morreram, e sim, se reinventaram no espaço virtual. Elas vivem à mercê de Odin. Ele, como ser hiper supremo, mantém-se dono do paraíso. Mas em um novo formato, num formato Divino 2.0 onde a Internet, ora ama ora odeia os seus discípulos espalhados nas mídias sociais. Muitos são os caminhos que levam (ao paraíso Asgard) ao Divido 2.0, a intercepção, via Redes Sociais (a ponte Bitfrost, que estabelece a ligação entre o mundo dos deuses e dos mortais na mitologia nórdica). Ao mesmo tempo, é preciso entender os signos repaginados em “Deuses Americanos”, a partir da plasticidade proposta pela Teoria Semiótica de Peirce. Para ele,

[...] um Signo tem um Objeto e um Interpretante, sendo o último aquilo que o Signo produz na Quase-Mente, que é o Intérprete, ao atribuir este mesmo último a um sentir, a um esforço ou a um Signo, atribuição esta que é o Interpretante (2000, p.177).

Esse artigo visa compreender, a partir dos “Deuses Americanos”, em que medida a Internet e as mídias sociais podem se tornar uma reconfiguração das deidades do passado e de nossos inconscientes. Também buscamos apresentar uma classificação das deidades em relação às mídias sociais baseado na semiótica, pretendemos entender as similaridades entre as deidades e às mídias sociais (SCHNEIDER, 2022). Iniciaremos essa reflexão pela descrição da obra “Deuses Americanos”.

A Obra “Deuses Americanos”

O livro em questão é uma obra de ficção que apresenta deuses como ideias. Na narrativa, os deuses são humanos e apesar de sua conhecida onipotência, onisciência e onipresença, precisam que as pessoas acreditem e tenham fé neles, para que continuem existindo. Devem ser transportados de um lugar para o outro ou, esquecidos na migração. Consta no livro que quando os escravos foram trazidos para a América, eles trouxeram seus deuses e suas crenças com eles e, agora, estes deuses, em função do racismo e das imposições da cultura branca, passam também

a morar na América, mas em uma versão diferente do que eram na África. Porém, os deuses quando morrem, não deixam vestígio.

O protagonista da narrativa de “Deuses Americanos” é Shadow, um homem que está preso. Em poucos dias ele será libertado. Porém, antes disso, ele recebe a notícia de que a sua esposa e o seu melhor amigo morreram em um acidente de carro. Depois de libertado, no velório de sua esposa Laura, Shadow encontra Audrey, a mulher de seu amigo. Ela coloca um ramo de violetas no caixão de Laura e, em seguida,

...cuspiu, com vontade, no rosto morto de Laura ...,
aí Audrey diz para Shadow ...com uma voz calma, sem emoção.
– Sua mulher morreu com o pau do meu marido na boca ... (GAIMAN,
2016, p. 61).

Sem muitas perspectivas na vida, após sua libertação, Shadow acaba aceitando uma proposta de trabalho de guarda-costas de um homem misterioso, chamado Wednesday. Com o novo patrão ele parte para uma longa viagem pelos Estados Unidos e, ao longo dessa viagem, descobre que seu chefe é, na verdade, o deus escandinavo: Odin. Gaiman fez um jogo com as palavras, Wednesday: *Woden's Day* - *Woden* que é uma variação do inglês antigo para o nome de Odin. Na viagem, Shadow é apresentado para outros deuses, por exemplo, para o Sr. Íbis que é o deus egípcio Thoth da sabedoria e da cura; Sr. Nancy, divindade africana e deusa do folclore; Anúbis, deus egípcio dos mortos e do submundo; Ester, deusa celta da colheita e da fartura; Czernobog, deus eslavo da escuridão e Bilquis Rainha de Sabá e deusa da fertilidade.

A intenção de Odin no livro é reunir todos os "antigos deuses" para travar uma guerra contra os ditos "novos deuses": as mídias sociais. Assim, ele precisa de um grande exército de antigos deuses. No entanto, poucos desses deuses ainda existem, e os que sobrevivem não estão em seu formato original e não querem entrar nessa batalha.

Em uma das paradas de Odin e Shadow, para recrutar deuses, é possível ver um indício desse problema. As deidades reconfiguradas são adoradas de forma diferente. Os dois param em um piquenique de Páscoa, com o objetivo de recrutar Ester para a batalha. A deusa celta, das colheitas, recusa-se a participar da batalha, alegando que não precisa lutar com os novos deuses, pois ela ainda é muito forte. Ester afirma,

... eu estou ótima. Meus dias de festividade ainda são celebrados com ovos e coelhos, doces e carne, para representar renascimento e copulação. As pessoas prendem flores nos chapéus e dão flores umas as outras. E fazem isso em meu nome. Mais e mais a cada ano. (GAISMAN, 2020, p.298).

Odin rebate, dizendo que ninguém lembra dela na celebração. Hoje, a Páscoa só existe por causa de Jesus. Ester estava lá há centenas de anos, sendo celebrada em colheitas e trocas de lua, antes da existência de Jesus. “Como era possível não se indignar? afirma Odin. Porém, Ester continua em sua posição, muito feliz em ser uma deusa atualizada.

A medida que a trama segue, temos várias reviravoltas. O deus dos deuses é capturado e morto pelos novos deuses e Shadow resolve sacrificar-se em um ritual da mitologia nórdica para trazer o pai/chefe de volta à vida, pendurando-se na *Yggdrasil*, a árvore do mundo.

Em seguida, Laura ressuscita Shadow e, assim, descobre que ele é filho de Odin. Depois de tudo isso, ocorre o nosso maior *plot twist*¹: Shadow é trazido de volta à vida por Ester e descobre que a guerra entre deuses "novos e antigos" era uma grande armação de Odin e de Mr. World que é Loki (um dos filhos de Odin, deus da trapaça e da mentira. No posfácio, temos mais um encontro de Shadow com Odin. Em uma viagem para a Islândia. Ele encontra a encarnação do velho deus, em formato de um ancião, muito próxima dos antigos relatos mitológicos.

Índices, ícones e símbolos

Para definir as relações entre as deidades e as mídias sociais vamos buscar referências no pensamento de Peirce, que, ao observar os fenômenos em sua totalidade, identificou processos e fundamentou suas reflexões no conceito de semiose que é **a ação do signo**, portanto, em um sistema complexo e contínuo.

Ele trata dos conceitos que envolvem os signos por meio da classificação dos fenômenos e das inferências abdutiva, indutiva e dedutiva. Ao definir as “categorias universais do pensamento e da natureza”, a partir da observação dos fenômenos, Peirce introduz os conceitos de **primeiridade**, **segundidade** e **terceiridade**. Cada

elemento dessa tríade define um momento da cognição humana. Na primeiridade destaca-se a faculdade de gerar hipóteses, ela é a única inferência que permite a criação de novas ideias; na segundidade temos a capacidade de verificação e validação dessas hipóteses e, na terceiridade, temos a capacidade de produzir generalizações, leis e definir regras.

Peirce (1983), sinteticamente afirma que, **o signo é algo que representa algo para alguém, sob algum ponto de vista**. Por outro lado, as relações feitas entre o pensamento de Peirce, Deleuze e Guattari ocorrem quando esses três pensadores identificam as referências sobre semiótica e as noções diagramáticas na obra “Mil Platôs”, de Deleuze e **Guattari (Data)**. A hipótese formulada desses dois filósofos é a de que: a distinção entre ícone, índices e símbolos vem de Peirce [...]. Mas a semiótica distingue por relações entre significante e significado (similitude para o ícone, contiguidade para o índice e regra convencional para o símbolo).

Para Deleuze e Guattari, o diagrama parece ter um papel distinto, irreduzível ao ícone e ao símbolo (1980, p.177). Peirce criou uma “classificação fundamental dos fenômenos”, definida a partir dessa tricotomia de elementos que se interconectam e que não devem ser analisados separadamente, pois constituem um contínuo por meio de um processo de mediação. Os conceitos de **primeiridade, segundidade e terceiridade** determinam uma tríade que é formada pelos **representámen** ou **fundamento, objeto e interpretante**. Para Peirce,

Signo é um Cognoscível, que, de um lado, é assim determinado (isto é, especializado) por algo diverso dele, chamado o seu Objeto, enquanto, por outro lado, ele próprio determina uma Mente existente ou potencial, determinação essa que denomino o Interpretante criado pelo Signo, e onde essa Mente Interpretante se acha assim determinada mediatamente pelo Objeto (1983, p.121).

A Semiótica deve ser classificada em três inferências lógicas. A primeira é uma inferência que cria novas hipóteses. A lógica da abdução é um “quase-raciocínio, instintivo, uma adivinhação altamente falível e é o único tipo de operação mental responsável por todos os nossos insights e descobertas” (VIEIRA e SANTAELLA, 2008, p.61). Os pensamentos produzidos pela inferência abdutiva serão observados pela inferência indutiva como um processo operatório ao qual submetemos os fenômenos e, finalmente, serão cumpridos e generalizados pela inferência dedutiva.



Não pretendemos tratar da Semiótica em toda sua extensão e complexidade, de fato, vamos considerar pontos que relacionam os deuses com as mídias sociais.

De modo sintético, afirmamos que a primeiridade é indivisível, é o acaso, espontâneo, indefinição e o sentimento. A segundidade está presente onde identificamos a alteridade, matéria, conflito, ação e reação. E a terceiridade é a lei, a inteligência, a generalidade e a continuidade.

Neste texto a Semiótica tem como objetivo auxiliar na classificação das deidades em relação às mídias sociais e, para tanto, vamos considerar a tricotomia. Com base na Semiótica, adotaremos, os conceitos de **igualdade**, **semelhança** e **analogia**, respectivamente, **primeiridade**, **segundidade** e **terceiridade**. Paulo Laurentiz, em seu livro “Holarquia do Pensamento Artístico” (1991) define melhor essas relações.

A **igualdade** ocorre num processo no qual os signos coincidem com seus objetos e as interpretações mostram qualidades iguais. A relação do signo com seu objeto, na igualdade, é fraca, e encontra-se no nível instintivo. A avaliação por igualdade ocorre na primeiridade pelas qualidades diretamente relacionadas. A igualdade deve ser entendida como mera possibilidade lógica de vir a representar. Ela apresenta qualidades coincidentes.

A **semelhança** ocorre num processo de indicialidade, em segundidade. As semelhanças estabelecem-se por características e qualidades ligadas. Elas, diferem da igualdade, pois se associam por qualidades particulares, não em sua totalidade. São elementos específicos que fazem as conexões. As relações de semelhança dependem da vivência dos interpretantes e, assim, se conectam por algumas qualidades que podem ser percebidas. Essas similaridades dependem do repertório dos interpretantes, portanto são singulares e se apresentam pelos efeitos similares que produzem.

Por fim, a **analogia** ocorre num processo de simbolicidade e em terceiridade, intermediando a associação entre as diversas representações. Dos três níveis, este é o de maior domínio de conhecimento, pois acontece por convenção. Assim como na comparação por semelhança, o grau de avaliação por analogia depende do repertório

do interpretante. Na analogia os “valores culturais e leis estruturadoras de diferentes operações em diversos meios, aparentemente desconexas, porém, pertinentes em relação a um conceito, ideia, regra ou convenção sugerida” (LAURENTIZ, 1991, p.140). De fato, a conexão entre signos associa manifestações que não possuem vínculos diretos, nem perceptuais ou físicos.

Assim, as relações por igualdade são superficiais e geram ambiguidades; por semelhança estão vinculadas às experiências particulares e por singulares específicas; e as interpretações por analogia são amplamente generalizadoras.

Análise dos Deuses e de suas respectivas Mídias Sociais

Neste artigo vamos trabalhar com apenas três deuses citados durante a narrativa de “Deuses Americanos”. Odin (Wednesday) foi citado 439 vezes no livro e se relaciona com a Internet; Anúbis foi citado 66 vezes e se associa ao Twitter por semelhança e Ester ou Easter foi citada 25 vezes e se relaciona com o Instagram por analogia. No livro encontram outros deuses: a Rainha de *Sabá* ou *Bilquis* relacionada com o *Tinder* por semelhança; *Czernobog* associa-se aos *Trolls*ⁱⁱ por semelhança e a *Anansi* relacionada ao *Whatsapp* por semelhança (SCHNEIDER, 2022).

No livro, Mr.Wednesday é “revelado” como o deus mais poderoso da mitologia nórdica. Ele é o grande responsável pelo recrutamento dos antigos deuses para a batalha a ser travada. Odin é o autor do golpe que quase enganou Shadow e os antigos e novos deuses.

Antes de iniciar as análises, indicamos que a escolha em trabalhar com o termo mídias sociais, acontece pelo fato de que às mídias sociais fazem parte de um conjunto de todas as formas de mídias colaborativas. De fato, as redes sociais são mídias sociais.

Análise dos Deuses e de suas relações com as Mídias Sociais

Odin se relaciona por Igualdade com a Internet.

Ele é o deus dos deuses. No volume 1 de *"Our Troth: History and Lore"*, compilado por Kveldulf Gundarsson (Data), temos também o tema da migração dos deuses. Odin faz parte do panteão indo-europeu original e deixou de ser o deus da morte para se tornar o deus dos reis. Lyonel Perabo (2015), que trabalha com estudos escandinavos, caracterizou Odin como um "aspirador divino" que absorve poderes e características das divindades à medida que evolui. Uma avaliação por igualdade é relativamente simples de ser atribuída a Odin. Ele é o "pai de todos" e se descobrimos ao final da obra que, tanto antigos deuses como novos deuses caíram em sua teia de armadilhas, podemos considerá-lo como o todo na web. Dentro dele, cabem as novas redes sociais e aquelas que desapareceram ou são reconfiguradas de tempos em tempos.

A personalidade de Odin é complexa como um ser humano qualquer. Igualmente, cada povo e cada época cultuava um aspecto do caráter de Odin. Assim, Odin era um guerreiro nos tempos da guerra, mas o curador, após a batalha. O senhor da vida quando as colheitas iam bem, mas o deus vingativo, se havia escassez de comida. Com a chegada do cristianismo, a tendência da Igreja foi demonizar a figura dos deuses e ressaltar apenas os aspectos negativosⁱⁱⁱ.

A internet nos traz as mesmas sensações. Hora uma aldeia global, de infinitas possibilidades onde a informação é para todos, ora a disseminação de uma cultura "enlatada". Também não se pode esquecer das partes ainda mais nocivas, como a *deep web*, termo criado em 2001 pelo pesquisador Michael Bergman para descrever qualquer conteúdo que não aparecia em mecanismos de pesquisa. É o lugar de práticas e atividades ilegais como venda de drogas, de órgãos, prostituição infantil, etc. Ao mesmo tempo, esse local é usado por ativistas políticos e jornalistas sob censura para registrar fatos que não são divulgados em governos ditatoriais ou em zonas de guerra. Agora vamos apresentar algumas características que nos fizeram propor a relação de igualdade entre Odin e a Internet:

- A perspectiva de "algo maior". Odin é o pai de todos os deuses, a internet é o espaço de todas as redes e mídias sociais;
- Os usuários não entram em consenso: a internet é boa, mas é apontada como a causa de problemas mentais. Odin nos guia em batalha, mas nos castiga não provendo a colheita do ano;
- Ambos comportam luz e sombra. Um fornece ferramentas incríveis e desastrosas para a humanidade, enquanto o outro oferece o paraíso.

- Odin é citado como um "aspirador divino", absorvendo os poderes e características das divindades ao seu redor. A Internet não é muito diferente, além de englobar os seus próprios elementos, tomou espaço do mercado de trabalho, da política, das mídias e do comércio.

Anúbis se relaciona por semelhança com o Twitter.

O Sr. Jacal é dono de uma funerária onde em muitos momentos a trama do livro acontece. Ele tem um sócio, Sr. Íbis. Eles representam dois dos maiores deuses do panteão egípcio, Anúbis é o deus da morte e Toth do conhecimento. Ambos os deuses encontraram no serviço funerário, uma forma de continuar exercendo suas profissões de origem. Como um deus da morte, o Sr. Jacal não apenas era responsável pela "passagem" do plano humano para o espiritual, como também pelo julgamento das pessoas.

Shadow em determinado momento da trama, é submetido ao julgamento da antiga religião egípcia.(GAIMAN, 2016, p.423).Em um dos pratos da balança, Anúbis colocou uma pena e no outro colocou o coração de Shadow. Algo se moveu nas sombras e deixou Shadow desconfortável. Era uma pena pesada, mas Shadow também tinha um coração pesado. A balança pendia de um lado para o outro de maneira preocupante.No final, os pratos se equilibraram e a criatura nas sombras desapareceu (GAIMAN, 2016, p.423). Dentro da mitologia egípcia, o julgamento de Anúbis se dá como no livro. O deus de cabeça de chacal, guia o morto pelo caminho do submundo até a balança. Lá, o coração do julgado é colocado de um lado da balança e a pena de *Maat* é colocada na outra extremidade. Se o coração do julgado for mais leve que a pena, ele pode escolher seu destino. Caso contrário ele é devorado pelo demônio *Ammi*.Para quem já presenciou ou fez parte de um cancelamento na Internet, não é difícil desvendar em qual rede social Anúbis se transforma hoje em dia.

O *Twitter* foi criada em 2006 e é uma rede social para comunicação em tempo real^{iv}.Em 2008, ela ganhou popularidade no Brasil e conta com cerca de 316 milhões de usuários ativos por mês. Recentemente, ela foi destaque em todos os canais de comunicação por banir permanentemente o perfil do então presidente dos EUA Donald Trump, alegando risco de incitação à violência. A palavra *Twitter* é de origem

inglesa e tem dois significados: “uma pequena explosão de informações inconsequentes” e “pios de pássaros”. Por isso, o logo da rede social é um pássaro. Segundo o artigo do Kinsta ([Data, Ano](#)), um estudo de 2014 concluiu que 44% dos “utilizadores” do *Twitter* nunca enviaram um único *Tweet*. O *Twitter* é bem conhecido como uma fonte de notícias, e a razão disso é que jornalistas são incrivelmente ativos na rede. Outro diferencial da rede social é que ela é uma plataforma adotada por líderes mundiais, 83% deles tem contas oficiais no site. Hoje, o *Twitter* conta com 14,1 milhões de usuários brasileiros cadastrados e a projeção é de que esse número aumente para 18,6 milhões até 2026^v. Entendemos que o *Twitter* é uma rede social popular, mas não tão usada quanto suas concorrentes, uma vez que a maioria de seus usuários nunca criou um post sequer. Mas, em que momento podemos fazer a associação com o deus Anúbis? Que semelhança além do número relevante de fiéis seguidores ou de fiéis/usuários ativos nos permitem tal aproximação? Ao que constatamos, não é exatamente sobre o número de usuários em si, mas sobre o comportamento de ambos. Informação obtida no site oficial.^{vi} Os antigos costumes do mundo vêm se desconstruindo ao longo do tempo. O racismo passa a ser cada vez menos tolerado, piadas sobre hábitos de mulheres já não têm mais graça e o *bullying* online vem sendo combatido por diversas redes sociais. Mesmo assim, há quem faça comentários desnecessários propositalmente. Há quem seja contra a ideia de desconstrução social e tem dentro de si ideais que parecem nunca ter acesso à modernização. De fato, a Internet tornou-se uma grande justiceira e uma nova forma de justiça social surgiu: a **“cultura do cancelamento”**. Cancelar uma pessoa virou uma prática usada por muitos nas redes sociais nos últimos anos, e cultura do cancelamento foi eleito o termo do ano em 2019 pelo Dicionário Macquarie^{vii}, que todos os anos seleciona as palavras e expressões que mais caracterizam o comportamento humano. Com frequência, no *Twitter*, vemos diversos famosos ou influenciadores digitais serem “cancelados”, ou seja, sendo excluídos da sociedade para determinado grupo de pessoas, que não permitem que as mesmas sigam suas vidas sem a devida punição. Pessoas anônimas não estão livres do tal “linchamento virtual”. Uma pessoa ser cancelada significa que ela fez ou disse algo errado, que não é tolerado no mundo de hoje, em que muitas pessoas passaram por essa desconstrução social. Esta forma de cancelamento pode gerar debates sobre

racismo, preconceitos com determinadas classes sociais, xenofobia, homofobia, entre outras intolerâncias. Outro aspecto que vem crescendo na rede é o conceito de politicamente correto e a cultura do cancelamento. A cultura do cancelamento no Twitter, apesar de nociva, é consequência de um usuário cada vez mais ativo e de um público mais jovem que coloca em pauta, temas políticos e sociais. Esse público pode ser notado através de dados do próprio Twitter divulgados em 2015, no qual a faixa-etária da maioria dos usuários vai dos 21 aos 44 anos. A estratégia do cancelamento – também é característica de grupos minoritários que boicotam empresas, artistas, ou mesmo sujeitos que cruzam o limite do “politicamente correto”. Resumindo algumas características que nos fizeram propor a relação de semelhança entre Anúbis e o Twitter:

- O julgamento onde um coração e pesado contra uma pena e decide a sua vida e pode parecer injusto, assim como o "linchamento virtual" por comentários mal interpretados;
- Ao mesmo tempo, ser julgado por não cometer pecados como matar e roubar (perguntas que a pena de Anúbis representa) ou acabar com a "impunidade" de celebridades e de pessoas que falam o que querem e disseminam preconceito e racismo;
- Ambos fascinam seus usuários com a sua forma de cancelamento. Entre as centenas de deuses egípcios, Anúbis é um dos mais conhecidos e sua função de conduzir (ou não) o fiel ao paraíso. No Twitter, o usuário comenta histórias e também fazer parte delas, cancela pessoas como Anúbis, se assim julgar pertinente.

Ester ou Easter se relaciona por analogia com o Instagram

Ester é uma deusa antiga modificada. Ela é descrita como uma mulher loira e seus lábios são pintados de vermelho. Tem entre 25 e 50 anos de idade e mora na cidade que é considerada como um dos berçários *hipsters*^{viii} americanos, a cidade de São Francisco. Mais tarde, foram classificados como pessoas que gostam de contrariar as convenções sociais, prezam pela produção e crescimento local e são contra o chamado *mainstream*^{ix}. Na mitologia, segundo o livro *Looking for the Lost Gods of England* (1994), onde Ester é chamada de Eostre, Eostrae, Eastre, Ostara e

Austra, ela é uma deusa anglo-saxã e, é a "deusa da aurora". Segundo a publicação, um festival em sua homenagem era comemorado pelos antigos nórdicos. É o *Sabbath*, muito próximo do equinócio. Mais tarde, a religião *Wicca* absorveria a celebração em homenagem à deusa para a data exata do equinócio. Ela é associada com signos do renascimento e fertilidade dos ovos e lebres. Algum tempo depois, o cristianismo passou a utilizar uma data próxima para a Páscoa. Vale destacar que não existem registros de Ester, nem imagens, esculturas ou lendas que associam a deusa com signos da Páscoa. A data continua sendo dela. As pessoas continuam adorando a Páscoa. Como uma boa *hipster*, Ester não tem problemas com sua adaptação. Assim, relacionamos ela ao Instagram, uma rede social online criada em 2010 para postagem de imagens.

O Instagram fez um mix de todas as plataformas anteriores e similares a ele, porém mais organizada. Assim como Ester que "ignora" o fato de que a Páscoa foi transformada em um feriado cristão, os usuários do Instagram também tendem a tapar os olhos para algumas realidades, em busca do filtro, do *feed*^x e do corpo perfeito. Em maio de 2020, a revista *Elle*, lançou uma matéria polêmica: "Os filtros do Instagram estão mudando a nossa aparência na vida real?" O artigo fala do comportamento dos usuários que usam filtros para uma versão melhorada deles mesmos^{xi}. A "vida falsa" do Instagram também já foi tema de uma série de matérias da revista *Elle*, que apontam uma vida falsa, sempre feliz, de um corpo inatingível que ostenta ter bens que estão fora da realidade das pessoas. Temos uma série de estudos que mostram a toxicidade da rede social para os próprios *influencers*, que tem a vida invadida e criticada^{xii}. Não é incomum ver jovens *influencers*, magras, com menos de 30 anos, se submetendo a cirurgias plásticas para corresponder aos padrões de beleza exigidos pela plataforma. A seguir resumiremos algumas características que nos fazem propor a relação de **analogia** entre Ester e o Instagram:

- A Páscoa foi chamada de equinócio *sabbath* e teve uma infinidade de festivais da primavera para comemorá-la. No entanto, as pessoas celebram o Instagram;

- Ester não se importa em ter seu feriado "maquiado" pelos católicos, os usuários da nossa rede social também não se importam com fotos com filtros e com suas vidas completamente descoladas da realidade;
- Ester apropriou-se de uma série de símbolos que não eram necessariamente dela, chocolates, ovos coloridos e a ressurreição de um deus cristão. Assim como o Instagram se apropriou de uma série de formatos, como o *feed* do Tumblr, os *stories* do antigo rival *Snapchat*, a popularização da palavra *selfie* e o formato de vídeos do TikTok;

Os símbolos associados a Ester e ao Instagram acontecem por analogias e por valores culturais que convencionalmente se relacionam. A Páscoa se vincula à ressurreição de Cristo. O nome Páscoa é de origem hebraica, da palavra *Pessach* que significa “passagem”, e leva esse nome pois antes de ser a festa da ressurreição, marca o final do inverno e a chegada da primavera. Ester, no mundo pagão é considerada a Deusa da Primavera. Todos os relacionamentos que acontecem entre Ester e o Instagram acontecem por analogias.

Referências

GAIMAN, N. **Deuses americanos**: edição preferida do autor. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

LAURENTIZ, P. **A holarquia do pensamento artístico**. São Paulo: Editora UNICAMP, 1991.

MELO, L. M. F. B. **Fissuras cotidianas: o entrelugar da experiência, do mito e do espaço em Deuses americanos, de Neil Gaiman**. Dissertação (Mestrado em Estudos Literários) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/30012>. Acesso em: 07 de jan. 2021.

PEIRCE, C.S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

SANTAELLA, L. Sujeito, subjetividade e identidade no ciberespaço. In: LEÃO, L.(org.). **Derivas: cartografia do ciberespaço**. São Paulo: Annablume, 2004.

SCHNEIDER, A. **Divino 2.0: Deidades reconfiguradas em rede**. Dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital – TIDD. São Paulo: TIDD, 2022.

Notas

ⁱ *Plot twist* é uma mudança radical na direção esperada ou prevista do enredo de um romance, filme, série de televisão, quadrinho, jogo eletrônico ou outra obra narrativa.

ⁱⁱ O termo troll é utilizado para caracterizar indivíduos que costumam fazer comentários maldosos ou fora de contexto em conversas, lives ou discussões em comunidades online.

ⁱⁱⁱ Odin: Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/odin/>. Acessado em 17 de janeiro de 2022.

^{iv} Segundo o próprio site da empresa, o Twitter é “[...] um serviço aberto que abriga um mundo de diversas pessoas, perspectivas, ideias e informações” Informação obtida no site oficial. Disponível em: <https://about.twitter.com/en/who-we-are/ourcompany>. Acessado em 16 de junho de 2022.

^v **Statista**

^{vi} Disponível em: <https://about.twitter.com/en/who-we-are/ourcompany>. Acessado em 16 de janeiro de 2022.

^{vii} **Dicionário**

^{viii} Hipsters são, segundo a revista New York, uma subcultura que teve seu auge entre 1999 e 2009 e inclui uma dimensão da cultura jovem dos anos noventa, muitas vezes chamada de alternativa ou *indie*, que^{viii} se definia por sua rejeição ao consumismo.

^{ix} *Mainstream*, palavra inglesa que é usada para descrever “tendências populares”.

^x **O que é feed**

^{xi} Disponível em: <https://elle.com.br/beleza/filtrosinstagram-nos-deixam-iguais> e Matéria “Vida perfeita em redes sociais pode afetar saúde mental. Acessado em 16 de julho de 2022.

^{xii} Disponível em: <https://agencia.brasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/vida-perfeita-em-redes-sociais-pode-afetar-saude-mental>. Acessado em 16 de julho de 2022.